

ENTIDAD 119

INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

POLÍTICA PRESUPUESTARIA DE LA ENTIDAD

La misión del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) es la promoción internacional de la Argentina como destino turístico y como marca, a cuyo fin le corresponde idear y ejecutar los planes, programas y estrategias de desarrollo y promoción del turismo receptivo internacional y los productos directamente relacionados, así como la imagen del país en el exterior. Las políticas y acciones que ha planificado el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) se encuadran en la Ley N° 25.997 Nacional de Turismo, Capítulo IV y su Decreto Reglamentario N° 1.297/06.

La Ley Nacional de Turismo, promulgada el 5 de enero de 2005, creó el Fondo Nacional de Turismo, financiado por el "producto del cinco por ciento (5%) del precio de los pasajes aéreos y marítimos al exterior; y los fluviales al exterior (...) vendidos o emitidos en el país y los vendidos o emitidos en el exterior para residentes argentinos en viajes que se inicien en el territorio nacional" (Artículo 24, inc. b).

Posteriormente, la Ley de Presupuesto Nacional N° 27.341 para el ejercicio 2017 elevó al 7% aquel impuesto, con carácter permanente (sustitución del inciso b del citado Artículo 24).

El total de recursos con el que se financia el Instituto Nacional de Promoción Turística proviene del mencionado Fondo Nacional de Turismo, y son recursos intangibles. Como consecuencia de ello, la recaudación puede incrementarse o decrecer conforme las dos variables que impactan sobre el recurso: a) la variación del tipo de cambio entre lo presupuestado y el momento efectivo de la percepción; y b) la cantidad de pasajes al exterior que se emitan en el año presupuestario.

La actividad que desarrolla el INPROTUR tiene como finalidad incrementar el número de turistas extranjeros que ingresan al país, a través de la planificación y ejecución de políticas orientadas al mayor desarrollo del turismo receptivo como un medio para la generación de empleo, el fortalecimiento sociocultural de las comunidades receptoras, el incremento del ingreso de divisas, la generación y redistribución de riqueza y el posicionamiento internacional de la Argentina.

Para cumplir con sus objetivos, el Instituto lleva a cabo las siguientes acciones:

- Diseño de los planes y programas de la entidad en materia de promoción y desarrollo turístico.
- Desarrollo continuo de un sistema de inteligencia "big data", que concentra diferentes sets de datos (de orden público y privado, nacional e internacional) para procesarlos e interpretarlos de manera automática, dando así un seguimiento a la performance comercial del turismo internacional en la Argentina.
- Ejecución de la estrategia de promoción y mercadeo internacional para fortalecer y sostener la imagen de Argentina como marca y como destino turístico.
- Administración de los fondos para la promoción y el correcto funcionamiento del Instituto.
- Coordinación del trabajo interjurisdiccional en materia logística, administrativa y organizativa y en todo aquello que resulte pertinente para el cumplimiento de sus objetivos.
- Organización y participación en ferias generales de turismo, de destinos turísticos y de productos turísticos, conferencias, exposiciones, workshops, capacitaciones, seminarios, acciones innovadoras y otros eventos promocionales.

- Coordinación de misiones de promoción turística, comerciales y periodísticas (viajes de familiarización a entidades comercializadoras, y de prensa a medios de comunicación e influenciadores de redes sociales).
- Edición, producción y desarrollo de toda acción y/o material promocional necesario para el cumplimiento de sus objetivos.
- Asesoramiento a sus integrantes sobre oportunidades y características de los mercados extranjeros.
- Generación de acuerdos cooperados de promoción con agencias de viajes en línea (OTAs por su acrónimo en inglés) y aerolíneas de los mercados prioritarios y potenciales para el Instituto.
- Acciones de promoción conjunta con embajadas y consulados argentinos en el exterior, coordinadas junto con el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la Nación.
- Capacitaciones presenciales y seminarios en línea en los mercados estratégicos, prioritarios y de oportunidad.
- Capacitaciones y seminarios en línea realizados junto a todas y cada una de las provincias del país, para perfeccionar y divulgar su oferta de destinos y productos turísticos exportables al mundo entero.
- Campaña digital integral, que prevé la generación de contenido propio y el desarrollo y fortalecimiento de las audiencias en los diversos canales comunicacionales.
- Desarrollo de estudios de investigación ideados como herramientas a favor de los diferentes actores (públicos y privados) del sistema turístico argentino, en pos de acelerar su proceso de comercialización y perfeccionar su operativa a favor del turismo receptivo internacional.

Para el periodo 2021, el Instituto Nacional de Promoción Turística fija los siguientes objetivos estratégicos:

- Posicionar a la Argentina como referente del continente americano en materia turística.
- Aumentar la cantidad de arribos de turistas internacionales.
- Incrementar el gasto y la estadía promedio del turismo receptivo internacional.

En base a sendos objetivos, el Instituto Nacional de Promoción Turística asume el reto de modificar la lógica organizativa y operacional de años pasados, la cual se enfocaba en la generación de estrategias y acciones estáticas con fundamentos respaldatorios limitados. La capacidad del trabajo mancomunado con el sector privado y de acelerar la faz comercial del turismo internacional, implican el reto de una rápida respuesta a coyunturas y oportunidades que resulta esencial identificar e interpretar para poder aprovechar y ajustar los lineamientos estratégicos y operacionales de la gestión. En esa inteligencia, el INPROTUR ordena sus acciones de una manera superadora (no solo con el pensamiento lineal de listar acciones concretas) con su política presupuestaria, la cual ordena su accionar mediante un eje transversal y bajo lineamientos estratégicos que permiten generar una visión federal y sistémica, al tiempo que también tienen la finalidad de cumplir satisfactoriamente con los objetivos estratégicos planteados.

Como eje transversal de la gestión, se encuentra el precepto de “Inteligencia”, entendiendo al mismo como la capacidad del Instituto de contar y hacer uso de datos actuales, relevantes y de manera constante sobre las principales variables que permiten una toma de decisiones óptima. Asimismo, bajo la coyuntura que dicta la pandemia global de COVID-19, dicho valor resulta doblemente importante, entendiendo que el sector turístico se ve especialmente afectado por la misma, y que el desarrollo, reactivación y oportunidades que se generan se dan en un marco de competencia global (dado que todos los países se han visto afectados) por lo cual la capacidad de identificación y respuesta es crítica.

Para generar dicha inteligencia, el INPROTUR implementará el sistema “Aconcagua”, una plataforma de “big data” creada con recursos propios, que centraliza datos de organismos públicos, empresas privadas y organizaciones del tercer sector tanto de la Argentina como de diversos países del mundo. El resultado es un tablero de control que analiza y sintetiza la mirada de datos en indicadores prácticos que permiten vislumbrar en tiempo real el desempeño de la actividad turística en diferentes ámbitos. Complementario al sistema Aconcagua, se utilizará el recién puesto en marcha Laboratorio de Inteligencia Turística (LIT), que con sus metodologías de trabajo permite el aprovechamiento de la plataforma de “big data” interpretando datos duros y haciéndolos productivos en informes de coyuntura, seguimiento, por mercados o productos turísticos, los cuales resultan en insumos esenciales para actores públicos y privados del sector turístico.

Complementariamente, el INPROTUR realizará un monitoreo exhaustivo y continuo en los principales destinos turísticos del país, mediante un trabajo conjunto a funcionarios provinciales y municipales, y poniendo a disposición su metodología de trabajo que acelera la estrategia digital de los destinos. Más específicamente, se adherirán diferentes municipios al sistema “Faros” del INPROTUR, el cual facilitará una plataforma tecnológica y metodologías de trabajo que servirán para generar una medición automatizada y constante del desempeño de la actividad turística (y otras adyacentes y complementarias). La información resultante será clave para mejorar la competitividad de los destinos insignia de turismo receptivo internacional, y asimismo generarán sinergia con el Sistema Aconcagua y las posibilidades y potencial del LIT.

Tras el eje estructurante y transversal “Inteligencia”, se vislumbran dos lineamientos estratégicos que agrupan y le dan entidad a los proyectos del Instituto:

Por un lado, el lineamiento estratégico de “co-creación” propone profundizar el trabajo mancomunado con el sector privado y federal con las provincias. De la misma manera propone incentivar alianzas con socios estratégicos internacionales (empresas referentes, organizaciones no gubernamentales y organismos transnacionales). Entre los principales programas de este lineamiento, se destacan: el Programa de Cooperación Técnica, el cual vehiculiza alianzas con actores nacionales para la mejora de la competitividad de diferentes productos y segmentos turísticos; el Programa de Cooperación Internacional, el cual sistematiza la presentación de propuestas superadoras que mejoren el posicionamiento de la Argentina en organismos y organizaciones internacionales; el Fondo de Reactivación Turística (FORET), el cual genera una incubación rentada a empresas y emprendedores en pos de mejorar sus servicios y oferta bajo la mirada internacional; el Programa de Clusters Turísticos, que desarrolla, mide y especializa los actores de diferentes sectores turísticos en grupos de trabajo con una visión compartida a través de planes de marketing y observatorios especializados; el Programa de Vinculación Territorial, que facilita la asistencia de cuadros técnicos del Instituto y sus recursos a destinos turísticos del país, en pos de acelerar y mejorar aspectos vinculados al turismo receptivo.

Por otro lado, el lineamiento estratégico de “aceleración” contempla dos líneas de trabajo vinculadas a la comunicación y la comercialización. El mismo fue ideado con motivo de contar con un denominador común en la ideación de las acciones: la practicidad y el foco en la performance. Cada programa se desarrolla para cumplir con el objetivo de facilitar los negocios turísticos que favorezcan el cumplimiento de los tres objetivos estratégicos planteados: incrementar la cantidad de visitantes y que la duración de sus viajes sea mayor, al igual que sus niveles de gasto en el país.

Por consiguiente, y al cumplir con los objetivos estratégicos propuestos, el INPROTUR fija como meta aspiracional para el año 2021 recibir 8 millones de turistas extranjeros que generarán

ingresos al país por 7 mil millones de dólares, mediante su gasto en la adquisición de bienes y servicios en la República Argentina.

En línea con el desempeño de la Argentina en años recientes, y con las expectativas de consumo y recuperación, tras el escenario que delineó la pandemia de COVID-19 a nivel global, se puede afirmar que el recupero de la actividad turística durante el año 2021 será alentador. Dan cuenta de ello, estudios de los principales organismos transnacionales del sector, como ser la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO) y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), que identifican un lapso de cuatro (4) meses tras el pico de la pandemia, en los diferentes lugares del mundo, para observar una mejora comercial sustantiva. De la misma manera, y con una mirada más práctica, los principales países asiáticos y europeos en materia turística, ya observan un crecimiento considerable en la reactivación de la actividad turística.

Es dable también mencionar que independientemente del fin de la pandemia, los patrones de consumo y comportamiento de los viajeros se verán modificados, para lo cual el INPROTUR estructura sus recursos y posibilidades para aprovechar dicha coyuntura, asumiendo así el reto de contar con una meta aspiracional ambiciosa pero factible.

I - GASTOS

GASTOS POR FINALIDADES Y FUNCIONES

FIN	FUN	DENOMINACIÓN	IMPORTE
4		SERVICIOS ECONOMICOS	1.485.939.000
4	7	Comercio, Turismo y Otros Servicios	1.485.939.000
		SUBTOTAL	1.485.939.000
TOTAL			1.485.939.000

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

F. de F.	INCISO	DENOMINACIÓN	IMPORTE
12		Recursos Propios	1.485.939.000
12	1	Gastos en Personal	92.516.000
12	2	Bienes de Consumo	19.378.000
12	3	Servicios No Personales	1.373.104.000
12	4	Bienes de Uso	941.000
TOTAL			1.485.939.000

CLASIFICACIÓN ECONÓMICA

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	IMPORTE
2100	Gastos Corrientes	1.484.998.000
2120	Gastos de Consumo	1.483.699.000
2121	Remuneraciones	92.516.000
2122	Bienes y Servicios	1.391.183.000
2130	Intereses y Otras Rentas de la Propiedad	1.000.000
2133	Rentas sobre Bienes Intangibles	1.000.000
2150	Impuestos Directos	299.000
2200	Gastos de Capital	941.000
2210	Inversión Real Directa	941.000
2211	Formación Bruta de Capital Fijo	941.000
TOTAL		1.485.939.000

II - RECURSOS

RECURSOS POR RUBROS

TIPO	CLASE	CONCEPTO	SERVICIO CEDENTE	DENOMINACIÓN	IMPORTE
11				Ingresos Tributarios	5.449.350.806
11	9			Otros Impuestos	5.449.350.806
11	9	9		Otros	5.449.350.806
TOTAL					5.449.350.806

III - APERTURAS PROGRAMÁTICAS

LISTADO DE PROGRAMAS Y CATEGORÍAS EQUIVALENTES

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	UNIDAD EJECUTORA	CRÉDITO	RECURSOS HUMANOS	
				CARGOS	HS. DE CÁTEDRA
16	Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Instituto Nacional de Promoción Turística	1.485.939.000	41	0
TOTAL			1.485.939.000	41	0

PROGRAMA 16
PROMOCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

UNIDAD EJECUTORA
INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Servicio Administrativo Financiero
119

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Este programa tiene como objetivo principal posicionar a la Argentina en el mercado turístico internacional, mediante la mercadotecnia y la promoción de destinos productos tendientes al desarrollo, diversificación y crecimiento de una demanda sostenida del turismo internacional receptivo.

Para el logro del mencionado objetivo, diseña estrategias y desarrolla planes y acciones para una promoción eficiente de los destinos y productos turísticos en mercados prioritarios, estratégicos y potenciales, que posibilite el incremento de la cantidad de turistas extranjeros y del gasto promedio, prolongar la estadía y contrarrestar la estacionalidad.

Se desarrollan estrategias de posicionamiento de marcas y sub-marcas, planes de marketing internacional, planes y proyectos de comunicación, imagen y mercadotecnia operativa en los principales mercados emisores de turismo y de interés estratégico para la República Argentina, que abarcan la investigación de mercados segmentados con el objeto de determinar la demanda actual y potencial de productos turísticos.

En cuanto a las acciones promocionales, se llevan a cabo acciones internacionales de promoción en el exterior, que incluye la participación conjunta de los sectores privados y públicos en congresos, eventos, ferias, exposiciones, capacitaciones y encuentros de comercialización, con el propósito de promocionar los productos y destinos argentinos facilitando su comercialización.

MEDICIONES FÍSICAS

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
METAS :		
Concurrencia a Ferias	Feria	30
Fomento de la Comercialización Turística	Encuentro	30
Promoción Turística Internacional	Acción Promocional	30
Promoción Turística Internacional	Acción Promocional On Line	80
INDICADORES :		
Turistas Extranjeros Ingresados	Turista	4.350.000,00

DISTRIBUCIÓN DE LÍMITES DEL GASTO

ASIGNACIÓN DE CRÉDITOS DEL PROGRAMA 16

SUBPR	PROY	FIN	F.F.	INC	PPAL	PAR	SPAR	ECON	MON	DENOMINACIÓN	IMPORTE
0	0	4								SERVICIOS ECONOMICOS	1.485.939.000
0	0	4	12							Recursos Propios	1.485.939.000
0	0	4	12	1						Gastos en Personal	92.516.000
0	0	4	12	1	1					Personal Permanente	85.576.106
0	0	4	12	1	1	1				Retribución del Cargo	52.839.658
0	0	4	12	1	1	1		21		Gastos Corrientes	52.839.658
0	0	4	12	1	1	1		21	1	Moneda Nacional	52.839.658
0	0	4	12	1	1	3				Retribuciones que no hacen al Cargo	10.353.871
0	0	4	12	1	1	3		21		Gastos Corrientes	10.353.871
0	0	4	12	1	1	3		21	1	Moneda Nacional	10.353.871
0	0	4	12	1	1	4				Sueldo Anual Complementario	5.266.127
0	0	4	12	1	1	4		21		Gastos Corrientes	5.266.127
0	0	4	12	1	1	4		21	1	Moneda Nacional	5.266.127
0	0	4	12	1	1	6				Contribuciones Patronales	16.761.186
0	0	4	12	1	1	6		21		Gastos Corrientes	16.761.186
0	0	4	12	1	1	6		21	1	Moneda Nacional	16.761.186
0	0	4	12	1	1	7				Complementos	355.264
0	0	4	12	1	1	7		21		Gastos Corrientes	355.264
0	0	4	12	1	1	7		21	1	Moneda Nacional	355.264
0	0	4	12	1	5					Asistencia Social al Personal	3.930.040
0	0	4	12	1	5	1				Seguros de Riesgo de Trabajo	3.930.040
0	0	4	12	1	5	1		21		Gastos Corrientes	3.930.040
0	0	4	12	1	5	1		21	1	Moneda Nacional	3.930.040
0	0	4	12	1	8					Personal contratado	3.009.854
0	0	4	12	1	8	1				Retribuciones por contratos	2.230.692
0	0	4	12	1	8	1		21		Gastos Corrientes	2.230.692
0	0	4	12	1	8	1		21	1	Moneda Nacional	2.230.692
0	0	4	12	1	8	3				Sueldo anual complementario	185.891
0	0	4	12	1	8	3		21		Gastos Corrientes	185.891
0	0	4	12	1	8	3		21	1	Moneda Nacional	185.891
0	0	4	12	1	8	5				Contribuciones patronales	593.271
0	0	4	12	1	8	5		21		Gastos Corrientes	593.271
0	0	4	12	1	8	5		21	1	Moneda Nacional	593.271
0	0	4	12	2						Bienes de Consumo	19.378.000
0	0	4	12	2				21		Gastos Corrientes	19.378.000
0	0	4	12	2				21	1	Moneda Nacional	19.378.000
0	0	4	12	3						Servicios No Personales	1.373.104.000
0	0	4	12	3	1					Servicios Básicos	2.462.000
0	0	4	12	3	1			21		Gastos Corrientes	2.462.000
0	0	4	12	3	1			21	1	Moneda Nacional	2.462.000
0	0	4	12	3	2					Alquileres y Derechos	75.000.000
0	0	4	12	3	2			21		Gastos Corrientes	75.000.000
0	0	4	12	3	2			21	1	Moneda Nacional	16.887.600
0	0	4	12	3	2			21	3	Moneda Extranjera	58.112.400
0	0	4	12	3	3					Mantenimiento, Reparación y Limpieza	8.681.200

DISTRIBUCIÓN DE LÍMITES DEL GASTO

ASIGNACIÓN DE CRÉDITOS DEL PROGRAMA 16

S U B P R	P R O Y	F I N	F. F.	I N C	P P A L	P P A R	SPAR	E C O N	M O N	DENOMINACIÓN	IMPORTE
0	0	4	12	3	3			21		Gastos Corrientes	8.681.200
0	0	4	12	3	3			21	1	Moneda Nacional	8.681.200
0	0	4	12	3	4					Servicios Técnicos y Profesionales	1.212.552.800
0	0	4	12	3	4			21		Gastos Corrientes	1.212.552.800
0	0	4	12	3	4			21	1	Moneda Nacional	680.753.120
0	0	4	12	3	4			21	3	Moneda Extranjera	531.799.680
0	0	4	12	3	5					Servicios Comerciales y Financieros	33.750.000
0	0	4	12	3	5			21		Gastos Corrientes	33.750.000
0	0	4	12	3	5			21	1	Moneda Nacional	18.750.000
0	0	4	12	3	5			21	3	Moneda Extranjera	15.000.000
0	0	4	12	3	7					Pasajes y Viáticos	36.384.000
0	0	4	12	3	7			21		Gastos Corrientes	36.384.000
0	0	4	12	3	7			21	1	Moneda Nacional	16.652.400
0	0	4	12	3	7			21	3	Moneda Extranjera	19.731.600
0	0	4	12	3	8					Impuestos, Derechos, Tasas y Juicios	3.494.000
0	0	4	12	3	8			21		Gastos Corrientes	3.494.000
0	0	4	12	3	8			21	1	Moneda Nacional	3.494.000
0	0	4	12	3	9					Otros Servicios	780.000
0	0	4	12	3	9			21		Gastos Corrientes	780.000
0	0	4	12	3	9			21	1	Moneda Nacional	780.000
0	0	4	12	4						Bienes de Uso	941.000
0	0	4	12	4	3					Maquinaria y Equipo	893.950
0	0	4	12	4	3			22		Gastos de Capital	893.950
0	0	4	12	4	3			22	1	Moneda Nacional	893.950
0	0	4	12	4	5					Libros, Revistas y Otros Elementos Coleccionables	47.050
0	0	4	12	4	5			22		Gastos de Capital	47.050
0	0	4	12	4	5			22	1	Moneda Nacional	47.050
TOTAL											1.485.939.000

LISTADO DE ACTIVIDADES ESPECÍFICAS

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	UNIDAD EJECUTORA	CRÉDITO	RECURSOS HUMANOS	
				CARGOS	HS. DE CÁTEDRA
Actividades:					
01	Gestión y Administración	Dirección de Administración y Finanzas	61.094.443	16	0
42	Marketing y Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Dirección de Promoción	1.424.844.557	25	0
TOTAL:			1.485.939.000	41	0

RECURSOS HUMANOS DEL PROGRAMA 16

CARGO O CATEGORÍA	CANTIDAD DE	
	CARGOS	HS. DE CÁTEDRA

Planta Permanente

PERSONAL DEL INPROTUR

Secretario Ejecutivo	1	0
Director	4	0
Auditor interno	1	0
Asesor legal	1	0
Coordinador	4	0
Profesional A	8	0
Profesional B	14	0
Profesional C	8	0
Subtotal Escalafón	41	0
TOTAL DEL PROGRAMA 16	41	0

OTRAS CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS 98
APLICACIONES FINANCIERAS

Servicio Administrativo Financiero
119

APLICACIONES FINANCIERAS

ASIGNACIÓN DE CRÉDITOS DE OTRAS CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS 98

G R U P O	F I N	F. F.	I N C	P P A L	P A R	SPAR	E C O N.	M O N	DENOMINACIÓN	IMPORTE
0	9								OTROS	3.963.411.806
0	9	12							Recursos Propios	3.963.411.806
0	9	12	6						Incremento de Activos Financieros	3.963.411.806
0	9	12	6	5					Incremento de Disponibilidades	3.963.411.806
0	9	12	6	5	1				Incremento de Caja y Bancos	3.963.411.806
0	9	12	6	5	1		23		Aplicaciones Financieras	3.963.411.806
0	9	12	6	5	1		23	1	Moneda Nacional	3.963.411.806
TOTAL										3.963.411.806